

Befragung zur Bedarfsabschätzung im Ruhr-Handwerk

Kurzbericht

Ansprechpartner: Björn Eisele, Christoph Dylewski

InWIS Forschung & Beratung GmbH
Springorumallee 20a
44795 Bochum

Tel.: 0234 - 890 34-10
Fax: 0234 - 890 34-49

E-Mail: bjoern.eisele@inwis.de
Internet: www.inwis.de

© InWIS, Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Bochum, Dezember 2018

Inhalt

1. Projekthintergrund und Erkenntnisinteressen	3
2. Ergebnisse der Befragung	4
2.1. Kundenkreis und Rahmendaten	4
2.2. Aktueller Standort	4
2.3. Wachstum und Entwicklung	5
2.4. Standortanforderungen	7
2.5. Kooperationen und Netzwerke.....	7
3. Best Practice-Beispiele	8
4. Zusammenfassung und Empfehlungen.....	9

1. Projekthintergrund und Erkenntnisinteressen

Ständige Entwicklung – individuelle Anforderung. Zur Ermittlung der individuellen Bedarfe und Anforderungen der Handwerksbetriebe, wurde im Auftrag der Stadt Bochum eine Befragung der Unternehmen im Bezirk Ruhr (Bochum und in den Gemeinden des Ennepe-Ruhr-Kreises) durchgeführt. Die Befragung erfolgte in Kooperation mit den Wirtschaftsförderungen der Stadt Bochum und des Ennepe-Ruhr-Kreises sowie der Kreishandwerkerschaft Ruhr.

Fundierte Erkenntnisse für eine bedarfsgerechte Entwicklung bei den Unternehmen ermittelt. Die aus der Befragung gewonnenen Erkenntnisinteressen der Handwerker im Bezirk Ruhr lassen sich anhand folgender Leitfragen zusammenfassen:

- Welche Wachstumsmöglichkeiten bzw. -perspektiven ergeben sich?
- Welche Anforderungen stellen potenzielle Nachfrager an zukünftige Gewerbe-Projekte bzw. -Standorte (z.B. Infrastruktur, Flächenanforderungen, Ausstattungsanforderungen, Kooperationsmöglichkeiten).
- Welche Rahmenbedingungen und auch Hemmnisse sind zu berücksichtigen?
- Wie sollten Gewerbe-Projekte bzw. -Standorte konkret ausgestaltet sein, um auf möglichst hohe Akzeptanz zu stoßen bzw. möglichst attraktiv zu sein?

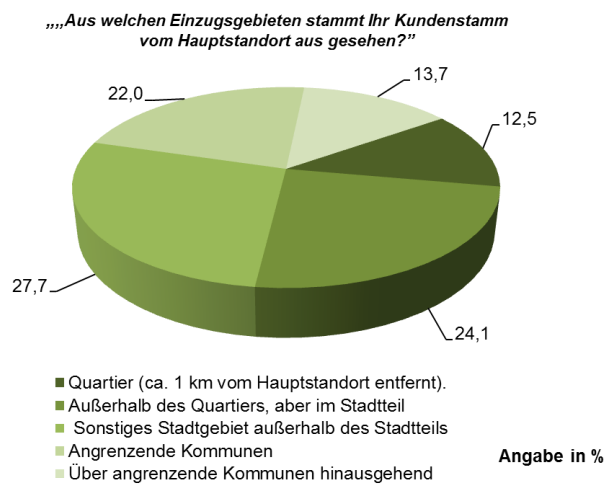
Valider Rücklauf – rd. zehn Prozent. Insgesamt wurden 1.744 Unternehmen im Bezirk Ruhr kontaktiert, von nicht ganz 150 Unternehmen erfolgte eine Rückmeldung. Während rd. 100 Unternehmen generell keine Wachstumsbedarfe sahen, hat ein Drittel dieser Unternehmen (51) den Fragebogen komplett bzw. größtenteils ausgefüllt. Die folgenden Auswertungsergebnisse beziehen sich auf diese 51 Unternehmen.

2. Ergebnisse der Befragung

2.1. Kundenkreis und Rahmendaten

Private Kunden sehr wichtig – zudem hoher regionaler Bezug. Gefragt nach der Bedeutung verschiedener Kundengruppen für das Unternehmen zeigt sich, dass für 76 Prozent der Befragten private Haushalte bzw. private Kunden eine eher hohe bzw. sehr hohe Bedeutung haben. Deutlich dahinter folgen die Nennungen Handwerk und Industrie. Im Hinblick auf den Einzugsbereich der Kunden zeigt sich ein hoher lokaler Bezug. Rd. 65 Prozent des Kundenstammes der Handwerksunternehmen stammt aus dem Quartier, dem Stadtteil oder dem sonstigen Stadtgebiet.

Abbildung 1: Einzugsgebiet der Handwerksunternehmen



Aktuell gute bis sehr gute Auftragslage – Zunahme der Mitarbeiterzahlen erwartet. 90 Prozent der Befragten schätzen die aktuelle Auftragslage überaus gut ein. Unter anderem bedingt durch die momentane Diskussionen zum wachsenden Fachkräftemangel wird die künftige Entwicklung der Auftragslage kritischer eingestuft – es besteht demnach eine gewisse Unsicherheit in der Prognose der künftigen Entwicklung der Auftragslage. Es wäre jedoch ein Trugschluss, daraus zu folgern, dass im boomenden Handwerk künftig von einer konjunkturellen Krise auszugehen ist. Dies zeigt sich auch darin, dass nach Einschätzung der Bochumer Handwerksunternehmen die künftige Mitarbeiterzahl sowohl kurz-, mittel- als auch langfristig ansteigen.

2.2. Aktueller Standort

Selten Wohnen und Arbeiten unter einem Dach – nur die Hälfte ist Eigentümer der Betriebsimmobilie. Nur wenige Befragte (20 Prozent) wohnen unmittelbar am Unternehmensstandort. Die durchschnittliche Fahrzeit zwischen Wohnort und Unternehmenssitz liegt bei etwa 20 Minuten. Die Analyse der Betriebsgröße über alle Unternehmen ergibt, dass die aktuelle durchschnittliche Betriebsfläche bei rd. 1.280m² liegt. Ohne die sehr großen Unternehmen beträgt die durchschnittliche Betriebsfläche 1.080m². Anteilig nehmen Produktionsflächen mit rd. 225m² und Freiflächen mit rd. 215m² die größten Flächen bei den befragten Unternehmen ein.

Insgesamt zeigt sich, dass etwas weniger als die Hälfte der Befragten Unternehmen auch Eigentümer der genutzten Immobilie sind. Die aktuelle durchschnittliche Nettokaltmiete liegt bei 3,80 Euro/m² zzgl. 1,80 Euro/m² Mietnebenkosten.

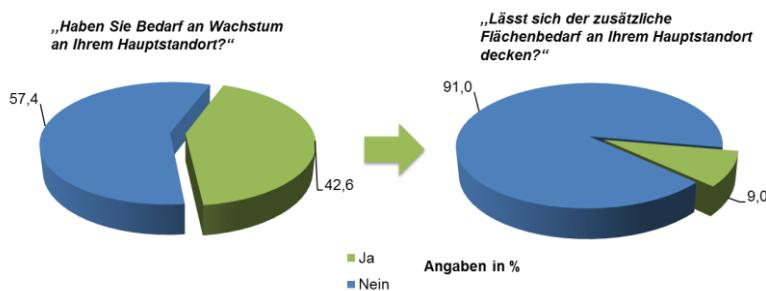
Eher durchschnittlich zufrieden mit dem Standort – Verkehrliche Anbindung top, Internetanbindung kritisch. Die verkehrliche Anbindung des Hauptstandortes wird durch die Befragten am besten bewertet. Für die ÖPNV-Anbindung und den Betriebsstandort insgesamt (Räumlichkeiten, Infrastruktur, Umfeld des Betriebsstandortes) ergeben sich bereits deutliche Optimierungspotenziale. Ungünstig wird die Schnelligkeit der Internetanbindung bewertet – weniger als die Hälfte der Befragten ist damit zufrieden.

2.3. Wachstum und Entwicklung

Häufig kurzfristiger Expansionsbedarf – Expansion allerdings nicht am Standort zu realisieren. Fast die Hälfte sieht am aktuellen Hauptstandort des Betriebes einen Expansionsbedarf.

Jedoch geben nur zehn Prozent der Befragten an, dass eine Expansion am aktuellen Hauptstandort möglich ist. Hemmnisse für eine Expansion werden v.a. in der Flächenausweitung, Parkplätzen, dem Problem kein Eigentümer zu sein und baurechtlichen Beschränkungen gesehen.

Abbildung 2: Wachstumsbedarf



Insgesamt sollte das Wachstum nach Auskunft von etwa der Hälfte der Befragten möglichst kurzfristig – innerhalb der nächsten zwei Jahre – erfolgen.

Abbildung 3: Wachstumszeitraum



Bezogen auf die einzelnen Flächenbedarfe, die die Unternehmen geäußert haben, ergibt sich insgesamt eine deutliche Zunahme der gewünschten Betriebsfläche von aktuell rd. 600 m² auf rd. 950 m².

Tabelle 1: Flächenbedarf

Flächenbedarf

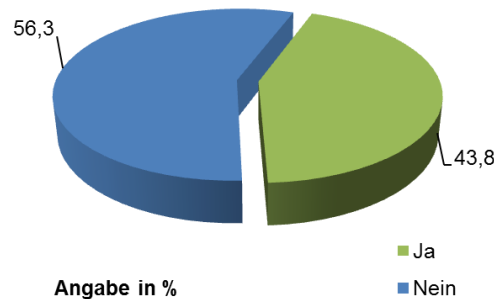
Gefilterte Ergebnisse: nur Unternehmen mit Bedarf an Wachstum am Hauptstandort

Werte in m ²	Gesamtfläche	... davon Büroflächen	... davon Sozialflächen	... davon Produktionsflächen	... davon Lagerflächen im Gebäude	... davon Lagerflächen im Außenbereich	... davon Stell- und Garagenflächen	... davon Freiflächen
Fläche aktuell	597	56	23	164	96	107	114	39
Bedarf	948	56	38	245	234	96	151	128
Zusätzlicher Flächenbedarf	351	0	15	81	138	-11	37	89

Hohe Bereitschaft für eine Standortverlagerung. Annähernd die Hälfte der Befragten weist eine Bereitschaft für eine Standortverlagerung oder Neueröffnung eines zusätzlichen Standortes auf. Die Hälfte derer, die ihren Standorte verlagern würden, würden am liebsten im Stadtteil oder im Quartier ihren neuen Standort eröffnen.

Abbildung 4: Bereitschaft zur Standortverlagerung

„Besteht die generelle Bereitschaft einer Standortverlagerung bzw. der Neueröffnung eines zusätzlichen Standortes?“



Investitionen bis zu 200.000 Euro – viele präferieren Eigentum. Der mit Abstand größte Teil der Befragten, die ihren Standort verlagern wollen – mehr als ein Drittel gibt dies an – will aktuell zwischen 50.001 und 200.000 Euro für eine Standortverlagerung oder Neueröffnung eines zusätzlichen Standortes investieren. Mit zunehmender Zeitschiene nimmt die Investitionsbereitschaft der Unternehmen in dieser Investitions-Kategorie deutlich zu.

Nach einem Standortwechsel würden 80 Prozent der Befragten ihre betriebliche Zukunft am neuen Standort vorzugsweise im Eigentum sehen.

Miete 4,50 Euro/m² – lange Mietverträge gewünscht. Die Zahlungsbereitschaft liegt bei einer Nettokaltmiete von 4,50 Euro/m² zzgl. Nebenkosten in Höhe von 1,30 Euro/m². 60 Prozent der Befragten wünschen sich eher langfristige Mietverträge mit einer Mindestmietdauer von mehr als fünf Jahren. Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten kann sich eine gemeinsame Gebäudenutzung zusammen mit anderen Unternehmen vorstellen.

2.4. Standortanforderungen

Verkehrliche Anbindung wichtig – Stadtrandlagen bevorzugt. Wichtig sind für die Befragten bezogen auf die Infrastruktur eines Handwerkerstandortes v.a. die verkehrliche Anbindung, die Schnelligkeit der Internetverbindung und die ÖPNV-Anbindung. Demgegenüber werden die Nähe zu sozialen Einrichtungen, die Radwege-Anbindung und v. a. die Nähe zu gastronomischen Angeboten als weniger wichtig eingestuft. Im Hinblick auf die Lage werden Stadtrandlagen gegenüber innenstadtnahen Lagen oder Lagen in einem Stadtteilzentrum klar bevorzugt. Dennoch sollten die Standorte eine Nähe zum Kunden aufweisen und möglichst in einem Gewerbe-/Industriegebiet liegen und die Möglichkeit der Eigentumsbildung aufweisen. Ein vglw. geringes Interesse der Unternehmen zeigt sich an möglichen Einrichtungen, die gemeinsam mit anderen Unternehmen genutzt werden könnten (bspw. gemeinsame Kantine, gemeinsamer Telefonservice, gemeinsame Verwaltung).

2.5. Kooperationen und Netzwerke

Häufig formlose Kooperation, selten Netzwerke. Gut zwei Drittel der Unternehmen arbeiten projektbezogen in formloser Kooperation mit anderen Firmen zusammen. Selten bestehen dagegen feste Netzwerke. Ein Bedarf an der Unterstützung bei Netzwerkaktivitäten ist verschwindend gering.

Selten Kooperation mit Betrieben aus dem eigenen Gewerk. Insgesamt bestehen aktuell die stärksten Kooperationen zwischen sonstigen Handwerksbetrieben (aus einem anderen Gewerk) und Zulieferern. Diese Kooperationen werden zukünftig noch weiter ansteigen. Erwartungsgemäß selten wird dagegen aktuell mit Betrieben aus dem gleichen Gewerk kooperiert. Allerdings sehen die Befragten auch hier zukünftig einen steigenden Kooperationsbedarf.

3. Best Practice-Beispiele

Im Projektverlauf wurden zusätzlich mehrere Gewerbeprojekte analysiert, die als Best Practice-Beispiele verstanden werden können. Dabei stellte sich das Münchner Gewerbehof-Modell z.B. mit dem 1983 errichteten Gewerbehof Frankfurter Ring und dem 2011 errichteten Gewerbehof München Laim sowie dem im Bau befindlichen Gewerbehof Meistermeile in Hamburg als positive Beispiele für eine gewerbliche Entwicklung.

Zusammenfassung der Erfolgsfaktoren

- Spezialisierung der Betreiber, eigene Gesellschaft für die Entwicklung und Vermarktung der Gewerbehöfe
- Mehrstöckige Gebäude mit tragfähigen Lastenaufzügen, hoher Deckenbelastung
- Adäquate Parkmöglichkeiten und Durchfahrtshöhen bei Tiefgaragen
- Große Freiflächen für Disposition, Ladezonen, direkte Zugänge zu Aufzügen möglichst doppelt angelegt
- Vor Planung und Baubeginn umfangreiche Standort- und Nachfrageanalyse
- Standorte mit (sehr) guter Verkehrsanbindung
- Möglichst feste Mietverhältnisse vor Realisierung

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Die Projekt-Beispiele aus Hamburg und München zeigen, dass unterschiedliche, aber auch gleiche Gewerke an einem Standort zusammen unter einem Dach arbeiten können und die Gewerbehöfe seit Jahren ein tragfähiges Konzept darstellen. Bei den Projekten hat sich ein **Gewerbemix** als vielversprechend herausgestellt. Eine im Projektgebiet entsprechend konzeptionierte gewerbliche Entwicklung könnte gerade **kleinere und mittelgroße Betriebe** ansprechen. Diese Unternehmen wünschen sich ein Wachstum, v.a. im Bereich der Produktions- und Lagerflächen. Ein wesentlicher Punkt, der bei der Konzeptionierung und Wahl des Standortes zu beachten und für die Befragten wichtig ist, ist neben der Bereitstellung von weiteren Expansionsflächen, auch eine **nutzungs- bzw. planungsrechtliche Absicherung**.

Die Best-Practice Projekte untermauern ein **professionelles Management etwa durch interdisziplinär aufgestellte Konsortien** aus Stadt, Handwerkerschaft, Wirtschaftsförderung und (halb)kommunalen Asset-Managern.

Im Idealfall werden bei der **Gestaltung der Mietverträge** langfristige Mietverträge angestrebt, die dem Mieter eine Sicherheit für seine Unternehmung am Standort geben. Gleichzeitig sollte jedoch geprüft werden, inwieweit sich flexible Konzepte realisieren lassen, die es den Unternehmen unter Umständen – je nach Marktlage – ermöglicht kurzfristig, mittel oder langfristige weitere Flächen anzumieten oder aber auch Flächen aus dem Vertrag zu nehmen.

Lagespezifisch sollte ein möglicher Gewerbestandort eher am **Stadtrand**, idealerweise in einem Gewerbe-/Industriegebiet angesiedelt werden. Infrastrukturell ist eine gute PKW- und ÖPNV-Anbindung des Standortes essentiell.

Bei der Gebäudeausstattung ist eine gute Internetverbindung von hoher Relevanz.

Vergleichbare Gewerbehöfe in Hamburg und München liegen bei rd. 10.000 qm Grundstücksgröße, um auch z.B. **ausreichende Rangier- und Parkflächen** auf dem Grundstück sicherzustellen.

Bei der Realisierung einer gewerblichen Entwicklung sollte vorab ein **geeignetes bzw. nutzerspezifisches Belegungskonzept** entwickelt werden, um Störeinflüsse der einzelnen Betriebe untereinander zu vermeiden.

Um konkrete Bedarfe und Potenziale spezifizieren zu können und somit Grundlagen für die Konzeptionierung einer möglichen gewerblichen Entwicklung im Projektgebiet zu erhalten, wird es nun entscheidend darauf ankommen, **mit jenen Unternehmen in Kontakt zu treten, die eine Kontaktaufnahme erwünschen (rd. 20 von 51 Unternehmen)**. Um auch die Partizipation jener Handwerksunternehmen zu ermöglichen, die nicht an der Befragung teilgenommen haben, bieten sich darüber hinaus **Veranstaltungen, Zukunftswerkstätten, Workshops** o. ä. mit Handwerksunternehmen an.

